

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang PT Kopi Chuseyo Menyala

PT Kopi Chuseyo Menyala merupakan sebuah perusahaan dengan basis bisnis di bidang kopi. Perusahaan ini didirikan pertama kali pada tahun 2019 oleh Daniel Hermansyah yang juga merupakan alumnus dari Universitas Multimedia Nusantara. Cabang pertama Kopi Chuseyo dibuka di Gading Serpong (Kopi Chuseyo, 2021). Sebelum ini nama resmi perusahaan menggunakan PT Kopi Opa Korea namun akhirnya beralih menjadi PT Kopi Chuseyo Menyala. Brand ini menawarkan nuansa ala Korea di setiap gerai kopi miliknya dan menjadi tempat bagi para penggemar *Korean Wave* berkumpul untuk melakukan kegiatan seperti *gathering*, *cupsleeve event*, hingga menjadi tempat bagi komunitas K-pop (Limanto et al., 2021).



Gambar 2. 1 Logo Kopi Chuseyo

Sumber: (Kopi Chuseyo, 2024)

Kopi Chuseyo sendiri terkenal akan konsep dan tema bisnis yang unik karena menargetkan para penggemar Korea dimana sebelum ini belum ada gerai

kopi yang secara khusus membuat konsep ini. Keberanian mengangkat konsep yang unik dibandingkan dengan *coffee shop* lain membuat bisnis ini dengan cepat dapat melebarkan sayap dengan membuka banyak cabang di Indonesia. Dalam memulai bisnis ini, Daniel mengusung slogan “Mulai aja dulu” sebagai langkah awal karena yang penting dalam bisnis adalah mencoba terlebih dahulu (Kompas, 2022). Kopi Chuseyo mengadopsi model bisnis *franchise* sebagai strategi dalam mengembangkan usaha dikarenakan hal ini dianggap sebagai cara yang paling mudah dan cepat untuk berekspansi dibanding mengelola bisnis sendiri (Lavinda, 2023).



Gambar 2. 2 Kantor Kopi Chuseyo

Sebelum ini kantor pusat Kopi Chuseyo terletak di Scientia Square Park, Gading Serpong. Tempat tersebut juga merupakan tempat dibukanya cabang pertama Kopi Chuseyo sebelum mereka berekspansi ke kota-kota lain di Indonesia. Setelah menutup cabang mereka yang di Scientia Square Park, Kantor pusat Kopi Chuseyo sekarang telah berpindah ke Ruko Villa Melati MAS, Jl. Bougenville Raya No.32 Blok B10, Jelupang, Kec. Serpong Utara, Kota Tangerang Selatan, Banten 15310. Pada lokasi yang sekarang Kopi Chuseyo hanya menjadi tempat kantor pusat saja tanpa membuka cafe seperti di kantor sebelumnya. Hal ini agar tempat kantor digunakan sebagai fokus basis kerja para pengurus Kopi Chuseyo saja.

2.2 Visi Misi PT Kopi Chuseyo Menyala

PT Kopi Chuseyo Menyala sebagai salah satu perusahaan bisnis kopi di Indonesia memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

Menginspirasi orang dan merek untuk membuat dampak.

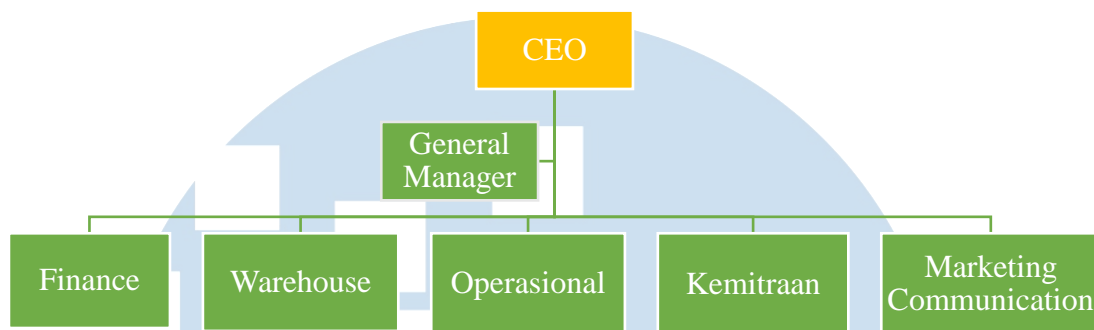
MISI

Membina komunitas inklusi yang terdiri dari orang-orang dari berbagai latar belakang, di mana semua kontribusi dihargai, dan di mana setiap karyawan memiliki kesempatan untuk menjadi diri mereka yang kreatif dan profesional.

2.3 Struktur Organisasi PT Kopi Chuseyo Menyala

Kopi Chuseyo merupakan salah satu *brand* Kopi lokal dari perusahaan PT Kopi Chuseyo Menyala di Indonesia yang telah berdiri selama kurang lebih lima tahun. Paragraf setelah sub-bab tidak memerlukan indent. PT Kopi Chuseyo Menyala beroperasi di Indonesia sejak tahun 2019 meliputi sebagai brand lokal kopi dan juga sekarang sudah melebarkan sayap sebagai media partner untuk konser Korea di Indonesia memiliki struktur organisasi sebagai berikut:

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



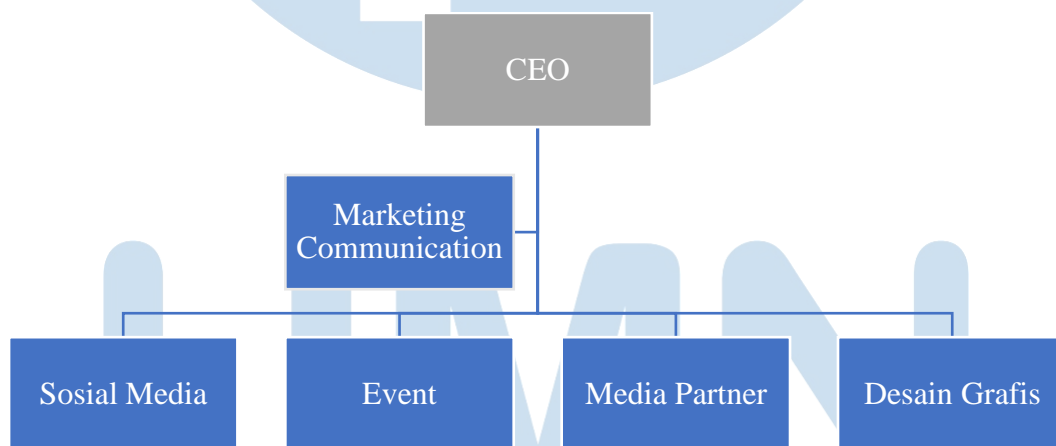
Tabel 2. 1 Struktur Organisasi Kopi Chuseyo

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Terdapat sejumlah departemen yang telah ditetapkan dalam struktur organisasi PT Kopi Chuseyo Menyala. Dalam struktur tersebut setiap divisi memainkan peran penting dan akan berkolaborasi satu sama lain untuk membantu kelancaran dalam pekerjaan masing-masing. Departemen yang ada di PT Kopi Chuseyo Menyala yaitu CEO atau *Chief Executive Officer* yang dipimpin langsung oleh Daniel Hermansyah sebagai pemilik Kopi Chuseyo, kemudian beliau dibantu oleh Katrin Helena yang merupakan *General Manager* Perusahaan sebagai tangan kanan dari CEO Kopi Chuseyo dan juga yang membantu supervisi setiap divisi yang ada, lalu dibawah kedua petinggi utama tersebut mulai terbagi oleh divisi-divisi yang bertugas untuk membantu perkembangan PT Kopi Chuseyo Menyala yakni ada tim *Finance* yang diurus oleh Gabriella Paulina untuk mengatur keuangan yang bersangkutan dengan perusahaan. Selanjutnya, ada tim *Warehouse* atau bagian gudang dibawah kepengurusan Yoshua dengan tugas untuk mengecek dan *update* mengenai stok bahan baku hingga keperluan kantor pusat, kemudian ada tim operasional yang diurus oleh Felix Margias yang berfungsi sebagai tim monitor cabang Kopi Chuseyo yang beroperasi dan juga memberi pelatihan kepada calon barista baru yang bekerja di cabang Kopi Chuseyo.

Rekan tim lainnya, Kemitraan yang dipegang oleh Hesti Aulia dan Kathrina dimana mereka mengurus kerjasama kemitraan atau *franchise* dari Kopi Chuseyo

dan melakukan *deal* dengan para pebisnis yang ingin membuka usaha Kopi Chuseyo dalam ini mereka juga merupakan tim yang menawarkan pada konsumen mengenai peluang dan potensi bisnis dari Kopi Chuseyo. Terakhir, ada tim Marketing Communication yang dipegang oleh Reza Rizky Rosandi sebagai bagian yang mengurus proses promosi, marketing produk baik yang sudah ada ataupun akan *launching* di Kopi Chuseyo, mereka juga yang melakukan pengelolaan sosial media dari Kopi Chuseyo yang ada di *Instagram* serta *TikTok*. Selain itu juga, tim marketing Kopi Chuseyo yang merancang *event* untuk keperluan promosi Kopi Chuseyo dan untuk *event* sendiri biasa akan dilakukan di setiap cabang yang ada. Beberapa contoh kegiatan yang dilakukan adalah *Cupsleeve event*, *Gathering*, *Cafe Visit event*, hingga melaksanakan *Meet and Greet* antara artis Indonesia maupun Korea dengan fans. Setiap acara yang dilaksanakan juga akan dipromosikan terlebih dahulu melalui sosial media dari Kopi Chuseyo secara resmi.



Tabel 2. 2 Struktur Departemen Marketing Communication

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Departemen Marketing Communication bertanggung jawab terhadap cara untuk promosi dan mengadakan acara untuk mengenalkan Kopi Chuseyo kepada konsumen secara lebih luas. Berikut ini masing-masing *job description* posisi pada Departemen Marketing Communication:

A. Chief Executive Officer (CEO)

Menjadi supervisi untuk divisi Marketing dan membantu mengontak kebutuhan KOL untuk aktivitas promosi yang akan dilakukan oleh tim Marketing Kopi Chuseyo.

B. Sosial Media

Melakukan perencanaan dan pengelolaan media sosial resmi dari Kopi Chuseyo yang ada di Instagram dan juga TikTok. Kegiatan yang dilakukan adalah membuat *content* juga melakukan dokumentasi kegiatan dan mengedit video atau foto serta membuat konten story dan feeds secara rutin.

C. Event

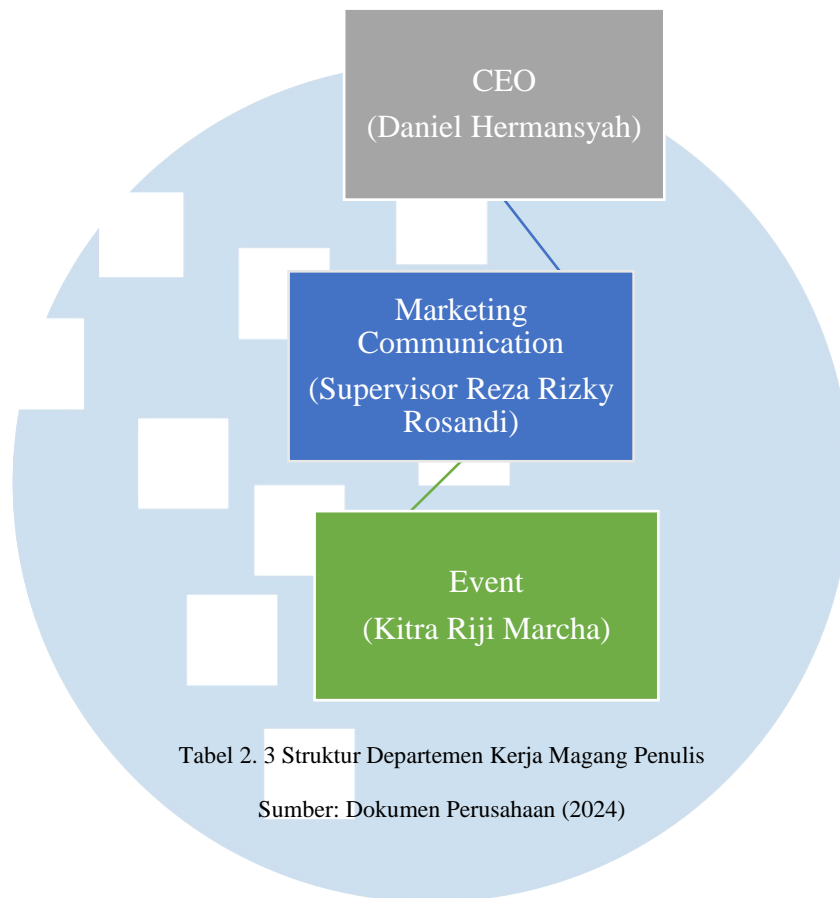
Merancang dan merencanakan kegiatan acara yang dapat dilakukan untuk promosi dan meningkatkan *engagement* konsumen juga penjualan secara langsung di tiap cabang Kopi Chuseyo yang tersebar.

D. Media Partner

Mengajukan dan menerima tawaran kerjasama kepada Kopi Chuseyo. Dalam hal ini sering kali Kopi Chuseyo menjadi media bagi konser k-pop atau acara yang berhubungan dengan tema Korea kemudian sebagai media partner, Kopi Chuseyo akan mendokumentasikan acara dan diunggah ke sosial media resmi Kopi Chuseyo.

E. Desain Grafis

Bertugas untuk membuat desain poster, *layout* hingga materi promosi untuk Kopi Chuseyo. Secara garis besar urusan desain semua dipegang oleh desain grafis.



Tabel 2. 3 Struktur Departemen Kerja Magang Penulis

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Dari semua posisi *marketing communication* yang telah dijabarkan penulis mengambil bagian pada posisi *event marketing intern* sehingga pekerjaan penulis secara garis besar adalah membantu dan merancang *event* untuk promosi Kopi Chuseyo sendiri. Namun, meskipun penulis juga masih dilibatkan dalam pekerjaan bidang lainnya sehingga penulis juga mendapatkan kesempatan untuk membantu pekerjaan divisi marketing lainnya.

Sesuai dengan struktur pada tabel 2.3 pemegang ditempatkan di bagian *event intern* yang bertanggung jawab untuk membantu proses perencanaan hingga pelaksanaan *event* yang akan dilakukan Kopi Chuseyo.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA